



Medienmitteilung

Barry Callebaut Konsumentenumfrage¹ zeigt: **Schweizer sind Europas grösste Schokoladenfans und zeigen eine Vorliebe für das Besondere!**

- **Jeder sechste Schweizer (16%) verwöhnt sich täglich mit Schokolade. Damit stehen die eidgenössischen Konsumenten weltweit an erster Stelle**
- **Schweizer Schokoladenliebhaber entdecken Premium Schokolade: Jeder dritte Konsument geniesst regelmässig herkunftstreue Schokolade, während jeder Zehnte mindestens einmal monatlich Bio-Schokolade nascht**
- **Schokolade wird vor allem an Weihnachten und Ostern gekauft, dabei spielt der Preis keine massgebende Rolle**

Zürich/Schweiz, 25. März 2008 – Schokolade zählt für viele Schweizer zu den alltäglichen Genüssen des Lebens. Rund die Hälfte aller Schweizer (45%) nascht mehrmals pro Woche Schokolade. Jeder Sechste (16%) gönnt sich sogar täglich das süsse Vergnügen. Die Schweizer essen demzufolge weltweit am häufigsten Schokolade, gefolgt von den Briten (14% täglich) und den Belgiern (13% täglich). Dies zeigt eine jüngst von Barry Callebaut vorgelegte Studie, die Anfang des Jahres in Deutschland, Belgien, Frankreich, Grossbritannien, der Schweiz und auch in den USA durchgeführt wurde.

Schweizer lieben herkunftstreue Schokolade

Schweizer Schokoladenliebhaber haben eine ausgeprägte Vorliebe für das Besondere. Sie lieben die Abwechslung und interessieren sich zunehmend für **Premium Schokolade** wie beispielsweise herkunftstreue Schokolade, die mit Kakaobohnen aus bestimmten Anbaugebieten hergestellt wird. Über die Hälfte aller Eidgenossen hat die Schokolade mit ihrem charakteristischem Kakaogeschmack für sich entdeckt. **Rund jeder dritte Schweizer (30%) isst sogar regelmässig herkunftstreue**

Schokolade. Damit führen die Schweizer die Konsumstatistik an, gefolgt von den Belgiern (24%) und den Amerikanern (22%). Europaweit isst ein Fünftel aller befragten Konsumenten (19%) regelmässig herkunftstreue Schokolade.

Herkunftstreue Schokolade: Das besondere Etwas

Prozentzahl der Konsumenten, die regelmässig, mindestens einmal pro Monat, herkunftstreue Schokolade essen:

- **Schweiz (30%)**
- Belgien (24%)
- Amerika (22%)
- Frankreich (17%)
- Deutschland (13%)
- Grossbritannien (12%)

„Unser direkter Zugang zu den kakaoanbauenden Ländern ermöglichte es uns, die grösste Auswahl an herkunftstreuer Schokolade zu entwickeln, die heute auf dem Markt erhältlich ist“, sagt Hans Vriens, Chief Innovation Officer bei Barry Callebaut. „Wir haben mehr als 40 verschiedene herkunftstreue Schokoladen im Angebot, deren einzigartiger Geschmack eine wahre Entdeckung für Schokoladenliebhaber auf der ganzen Welt ist. Diese

¹ Verbraucherumfrage im Auftrag der Barry Callebaut AG, Zürich, durchgeführt von Ipsos Belgium N.V./S.A. in fünf europäischen Ländern und den USA; Umfragezeitraum: 07. bis 28. Januar 2008; Umfrageraum: Deutschland, Belgien, Frankreich, Grossbritannien, Schweiz und die USA; Anzahl Befragte: mindestens 1.000 Personen pro Land



Medienmitteilung

Schokoladen feinsten Qualität werden aus Raritäten, die auf weit entfernten kleinen Plantagen wachsen hergestellt.“

Fair trade- und Bio-Schokolade stark im Kommen

Die Barry Callebaut Umfrage zeigt, dass 36 Prozent der Europäer ihr Schokoladenverhalten in letzter Zeit geändert haben und sich zunehmend für Alternativen im Schokoladenangebot interessieren. Neben herkunftstreuer Schokolade kommen **Fair trade-** und **Bio-Schokolade** bei den Verbrauchern mittlerweile gut an. Auch hier haben die Schweizer die Nase vorn. Rund 25 Prozent konsumieren mindestens einmal pro Monat Fair trade-Schokolade, während 10 Prozent regelmässig Bio-Schokolade essen. Dahinter folgen die Briten, bei denen 2 von 10 Befragten regelmässig zu Fair trade-Schokolade greifen. Deutschland zeigt sich hier noch zögerlich.

Vorliebe für Premium Schokolade

Prozentzahl der Konsumenten pro Land die folgende Premium Schokoladen entdeckt haben:

	Herkunftstreue Schokolade	Bio- Schokolade	Fair trade- Schokolade
U.S.A.	53%	38%	38%
Schweiz	52%	28%	46%
Deutschland	40%	13%	19%
Belgien	40%	20%	23%
Grossbritannien	34%	31%	43%
Frankreich	34%	12%	26%

Schweizer sind Geniesser – Der Preis spielt dabei keine Rolle

Zwei Drittel der Schweizer (66%) gaben an, keine bestimmte Gelegenheit zu brauchen, um Schokolade zu kaufen. Der traditionelle Schoggi-Weihnachtsmann und der Schoggi-Osterhase sind ein Muss für viele Schweizer: 28 Prozent kaufen an Weihnachten Schokolade, 25 Prozent an Ostern. Der Preis ist für die Schweizer (11%) im Gegensatz zu den Deutschen (35%) kein ausschlaggebender Faktor beim Schokoladenkauf. Schweizer zeigen sich zudem nicht empfänglich für Sonderangebote. Nur 5% gaben Werbeaktionen als Kaufgrund an. Ganz anders die Franzosen, bei denen 26 Prozent positiv auf Sonderangebote reagieren.

* * *

Zur Methodik:

Verbraucherumfrage im Auftrag der Barry Callebaut AG, Zürich, durchgeführt von Ipsos Belgium N.V./S.A. in fünf europäischen Ländern und den USA;

Umfragezeitraum: 07. bis 28. Januar 2008;

Umfrageraum: Deutschland, Belgien, Frankreich, Grossbritannien, Schweiz und USA;

Anzahl Befragte: mindestens 1.000 Personen pro Land;

Mittel: Persönliche Interviews in Deutschland, Belgien, Grossbritannien und Frankreich. Telefoninterviews in der Schweiz und den USA.

Weitere Informationen zu der IPSOS Verbraucherumfrage finden Sie auf der Barry Callebaut Internetseite :

www.barry-callebaut.com



Medienmitteilung

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Mit einem Jahresumsatz von über CHF 4 Mrd. für das Geschäftsjahr 2006/07 ist die in Zürich ansässige Barry Callebaut der weltweit grösste Hersteller von hochwertigem Kakao und Schokolade – von der Kakaobohne bis zum fertigen Produkt im Verkaufsregal. Barry Callebaut ist in 24 Ländern präsent, unterhält rund 40 Produktionsstandorte und beschäftigt etwa 8'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Unternehmen steht im Dienst der gesamten Lebensmittelbranche – von industriellen Nahrungsmittelherstellern über gewerbliche Anwender von Schokolade wie Chocolatiers, Confiseure oder Bäcker bis hin zu internationalen Einzelhandelskonzernen. Zudem bietet Barry Callebaut umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Produktentwicklung, Verarbeitung, Schulung und Marketing an.

* * *

Ansprechpartner für die Medien:

Josiane Kremer, Corp. Communications

Barry Callebaut AG

Tel.: +41 43 204 04 58

josiane_kremer@barry-callebaut.com



Medienmitteilung

AUSZÜGE AUS DER UMFRAGE

- **Origins-Schokolade: Konsumenten, die Origins-Schokolade bereits probiert haben**

	2008	2006
USA	53 %	42%
Schweiz	52 %	8%
Deutschland	40 %	7%
Belgien	40 %	5%
Frankreich	34 %	22%
Großbritannien	34 %	12%

- **Wo essen Sie Schokolade?**

	Zu Hause	Unterwegs	Bei der Arbeit	Irgendwo
Frankreich	84 %	1 %	4 %	8 %
Deutschland	79 %	5 %	3 %	11 %
Schweiz	77 %	4 %	7 %	10 %
Belgien	76 %	2 %	6 %	14 %
Großbritannien	62 %	8 %	11 %	16 %
USA	52 %	12 %	15 %	17 %

- **Warum kaufen Sie eine bestimmte Marke?**

	Weil ich die Marke mag	Ich kaufe immer die gleiche Marke	Ich achte auf den Preis	Ich reagiere auf Sonderangebote
Deutschland	59 %	31%	35 %	7 %
USA	59 %	40 %	31 %	20 %
Großbritannien	53 %	24 %	15 %	15 %
Schweiz	39 %	26 %	11 %	5 %
Frankreich	33 %	45 %	27 %	26 %
Belgien	32 %	68 %	8 %	12 %

- **Zu welchen Anlässen kaufen Sie Schokolade?**

	Keinen bestimmten Anlass	Zu Weihnachten	Zu Ostern
Belgien	89 %	8 %	19 %
Frankreich	71 %	24 %	17 %
Deutschland	77 %	35 %	30 %
Großbritannien	61 %	42 %	31 %
Schweiz	66 %	28 %	25 %
USA	67 %	45 %	41 %